
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

First Semester Examination
Academic Session 2011/2012

January 2012

YBP 325E – Creative Communication Production
Penerbitan Komunikasi Kreatif

Duration: 2 hours
Masa: 2 jam

This examination paper consists of **TWO (2)** pages of printed materials.
Kertas peperiksaan ini mengandungi DUA (2) muka surat bercetak.

You may answer questions either in Bahasa Malaysia or in English.
Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam Bahasa Malaysia atau Bahasa Inggeris.

Answer **TWO (2)** questions. Question **ONE (1)** is compulsory.
Jawab DUA (2) soalan. Soalan SATU (1) adalah wajib.

Each question carries 100 marks.
Setiap soalan bernilai 100 markah.

In the event of any discrepancies, the English version shall be used.
Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi Bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.

1. You are involved in an anti-car theft campaign. Identify and explain the theoretical basis for and the methods involved in:-

Anda terlibat dalam kempen pencegahan pencurian kereta. Kenalpasti dan terangkan asas teoretikal dan kaedah yang terlibat dalam:-

- (a) setting knowledge, attitude and practice objectives (*penetapan objektif pengetahuan, sikap dan amalan*)
 - (b) strategy development (*pembinaan strategi*)
 - (c) development of appropriate message appeals (*pembentukan rayuan mesej yang sesuai*).
-
2. Discuss the determinants that influence behaviour change in the Theory of Reasoned Action and Social Cognitive Theory. Discuss how these theories can help in campaign planning, implementation and evaluation.

Bincangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku dalam Teori Tindakan Pentaakulan dan Teori Kognitif Sosial. Bincang bagaimana teori-teori tersebut dapat membantu perancangan, pelaksanaan dan penilaian kempen.
 3. Fear is one of the most widely used appeals in campaign messages. Explain how fear messages motivate individuals to act (or not to act).

Ketakutan adalah salahsatu rayuan yang sering digunakan dalam mesej kempen. Terangkan bagaimana mesej ketakutan dapat merangsangkan individu untuk bertindak (atau tidak bertindak).